

① 事業者側の課題

- 1) 本来、サステナビリティ経営と調達を実践することが求められている
- 2) その一環でサステナブルな製品サービス・認証もその手段として活用
- 3) 認証取得やラベルの使用における、費用と手間の負担をどうするか
- 4) ラベル付き製品が高く売れるのか、という期待と市場のギャップ
⇒ 認証システムの活用と、高く売れるかは、必ずしも直結しない

⇒ 事業者は、自ら消費者へ、サステナブルだと裏付けがされた
製品サービスを提供する必要性

⇒ 必ずしも消費者にラベル付き製品が欲しい、という要望に応えるだけが
目的ではない。

しかし、消費者が欲しいと要望しないと売れないという事業者側の誤解もある

② コスト等の負担

- 1) 認証は事業者のリスクを回避するための手段でもある
- 2) 自社製品のサプライチェーンの中で、環境社会的リスクがないかの確認手段

⇒環境社会的課題が明るみになった時のコストに比べ、
リスクマネジメントの要素

⇒誰がそのコストを負担するのか
(事業者による負担、消費者、行政によるサポート等)

③ サステナブル・エシカル・SDG s ・認証ラベルの使用許諾と P R

<サステナブル・ラベル（認証ラベル）について>

- 1) 個々のサステナブル・ラベルには商標やラベルの使用に関する規約があり、それに則った運用が必須
- 2) 理解不足による不適切な使用（認証取得者）
- 3) 認証取得していないが、勝手に使用される場合もある
その場合の対処（スキームオーナー側からの指摘等）

<サステナブル・エシカル・SDG s 等、言葉との関係性>

- 1) 事業者の主力製品での対応か、一部だけサステナブルだと主張し、
会社全体、その事業者の製品全体がサステナブルに見せてしまうエシカルクレイムの課題
- 2) SDGsに貢献、SDGs商品、といったSDGsに絡めた主張が増えているが
根拠が不透明の場合もある

⇒何をもってサステナブル・エシカルなのかという裏付けと確かな情報開示が必要

④ 消費者側の課題

⇒ 認証ラベルの種類が多く、見分けるのが困難

- 1) 第3者認証の透明性・信頼性の高いラベルなのか、企業が独自に作成したり、比較的安易につけることが可能な、ラベルの種類なのかの違いを理解する
- 2) 国際的にも信頼性が高く、必要性もあるものの、情報がバラバラで理解が困難な状況
- 3) 選択の容易化：
全部ラベルを覚えていなくても、手に取りやすい工夫がないと選べない
店舗で様々な棚を探さなくても、手に取りやすい工夫が必要（事業者側）
- 4) 必ずしも高いものだけではないが、高いという先入観
- 5) 低価格志向の場合、まず値段で判断する場合は、
ライフスタイルに取り入れる動機やきっかけが必要（何某かのメリットを求められる場合も）
- 6) 国産であればいい、という国産品信仰と、国産＝安全・安心というイメージ
事業者・消費者共に、その主張でコミュニケーションをしている部分あり
ラベルの意味する部分の理解も必要（原材料調達時の環境社会的課題？品質？味？等）

⇒ 何をもってサステナブルと言えるのか？

⇒ サステナブルなモノづくり、生産されたもので、且つ国産という両輪でのアプローチが必要

サステナブル経営事業者の奨励、優遇措置、情報整理や発信、調達の見直し

- ・ 持続可能な責任ある原材料の調達（サステナブル公共調達）の制度化
- ・ 行政で使用するものをサステナブル調達製品へ切り替え
（例：食堂の食材、学校給食、家具・文房具・その他行政で使用するもの、
提供するものをサステナブルなもの・認証ラベル付き製品等の活用）
- ・ サステナブル経営、サプライチェーン配慮の促進、
認証取得企業やラベル付き製品の優遇（税制、ポイント、情報の集約、
サステナブル製品へのニーズ対応、普及啓発、教育サポート等）
- ・ 企業・消費者連携の強化（サステナブル調達は事業者も消費者も行政も同じ）
- ・ 日本における中長期的な、持続可能な生産の在り方について、省庁横断的に議論
（輸出入の課題・サステナブルな国産の生産の在り方等）
- ・ サステナブル経営・持続可能な責任ある調達を実践していない場合のペナルティ？
（頑張っている企業の方がコストや手間がかかっている為、応援すると共に、
サステナブル経営努力をしていない企業に対する措置の検討）

企業⇒持続可能な責任ある調達の実践

サステナブル・エシカルなモノづくり・製品サービスを提供
サプライチェーンの透明性の確保

持続可能な責任ある調達方針策定・実践・DD（デューデリジェンス）等：

持続可能性に関連する認証制度や仕組み、国際的枠組み等の活用

商品の背景にある価値：「ストーリー」を見える化

(※原材料を取り巻く環境社会的背景？品質？)

安全・安心、
品質、価格
＋
サステナブル・
エシカル消費

消費者⇒サステナブル経営企業・サステナブル商品・認証品等の選択

サステナブル・ライフスタイルを実践するための、
具体的な選択の基準や生活様式、社会変革の担い手としても実践

サステナブル・エシカルに資する基準や、各認証（スキーム）の定めている基準を整理し見える化
持続可能な責任ある調達を実践することで、環境社会的配慮のビフォーアフターが
理解しやすい情報の整理

農林水産物や繊維など、原材料ごとに情報が分かれているものを、つながりを見せる工夫も必要
（地球の自然も、消費者にとっての衣食住や生活も、すべて繋がっている）

持続可能な生産を支える消費の確立
環境や社会に配慮したサステナビリティ経営実践事業者、生産活動の情報と、
認証ラベル製品との関係・繋がりを見える化

認証ラベルはツールとして活用、しかし、認証ラベルだけに依存しないシステムの確立も必要
↓
行動変容を促し、サステナブル・ライフスタイルの実践へ

ご清聴ありがとうございました

山口真奈美

ご意見は下記へお寄せください
manami@jsl.life

日本サステナブル・ラベル協会（JSL）担当：中嶋

〒105-0022 東京都港区海岸1-2-3 汐留芝離宮ビルディング21階

TEL : 03-5403-6550

E-mail : info@jsl.life

URL : <https://www.jsl.life/>

このプレゼンテーション文書の著作権は、一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会（代表理事：山口真奈美）もしくは引用元の組織等にありま
事前の書面での許可なく、あらゆる形での複写、再利用、再配布、放送等は禁じられています。

万全の注意を払って作成していますが、内容の正確性等について保証するものではありません。